



En quelques chiffres...

Conserves France :

- Appartient au groupe Conserve Italia basé à Bologne
- Un effectif de 500 personnes
- Un CA 2008 de 216 millions d'euros

Contexte

Mettre en place une solution de merchandising pour mieux négocier la gestion des linéaires avec les responsables de rayon dans la grande distribution

Enjeux

Optimiser la rotation des stocks et développer les achats impulsifs des consommateurs.

Solution

Coheris Merch

Bénéfices

- Gain de parts de marché
- Rapidité accrue dans les prises de décision avec les responsables de rayon
- Visualisation du linéaire en 3 dimensions
- Rôle plus stratégique de l'équipe commerciale

Accroît la rentabilité de ses points de ventes

Pour promouvoir de nouveaux produits, valoriser des opérations spéciales, le groupe Conserves France, leader européen dans le domaine de la conserve avec les marques St Mamet et Cirio, a choisit la solution Coheris Merch.

Objectif : répondre à la problématique complexe d'agencement des linéaires dans la grande distribution.

Proposer le bon produit au bon endroit en bonnes quantités, telle est la devise de Conserves France, dont l'activité principale est l'appertisation de fruits et légumes mais également les plats cuisinés et les sauces à base de tomates. Le groupe qui possède trois sites de production, travaille avec les principales enseignes de la grande distribution (Carrefour, Auchan, Géant /Casino, Leclerc, Cora, Intermarché, Système U...)

Cependant, sur un marché où la concurrence est rude, le groupe décide d'augmenter la visibilité de son offre en mettant en avant ses produits dans les linéaires des enseignes.

« Pour atteindre notre objectif, nous avons besoin d'une solution de merchandising simple d'utilisation et efficace pour faciliter les négociations avec les chefs de rayon » déclare Salvatore Chessa, Responsable Merchandising National chez Conserves France.

En effet, les rayons des magasins ne sont pas extensibles, beaucoup d'innovations produit passent inaperçues aux yeux du consommateur. Positionnés devant les caisses ou dans les allées, les mobiliers multi-faces occupent alors un emplacement privilégié et stratégique dans l'univers de vente. Ce sont des rayons à part entière pouvant offrir des marges confortables et pour lesquels les ruptures produits peuvent être lourdes de conséquence sur le chiffre d'affaires.



Salvatore Chessa
Responsable
Merchandising National
Conserves France

Gagner la bataille du linéaire

« Il y a aujourd'hui une véritable bataille du linéaire, et les logiciels dédiés au merchandising donnent à nos commerciaux des armes pour la gagner. C'est d'autant plus important que ce qui se voit se vend ! » ajoute Salvatore Chessa.

Fin 2004, un appel d'offres est lancé. Très rapidement le choix se porte sur la solution Coheris Merch. « Nous avons sélectionné ce produit sur trois principaux critères : son ergonomie, son intégration avec notre outil CRM et son prix » indique le responsable. Quelques semaines après, 24 postes de travail sont déployés pour les commerciaux et les responsables merchandising de Conserves France.

Faciliter la négociation

Sur son poste de travail, le commercial dispose d'un plan du rayon, avec les particularités du magasin (présence d'un pilier devant le linéaire, taille du point de vente...) et les spécificités de la zone de chalandise (comportement d'achat des clients, historique des ventes, etc.).

En fonction de ces données, le logiciel propose une optimisation de l'implantation. « Coheris Merch fournit à nos commerciaux les arguments pour expliquer au chef de rayon qu'un placement des produits plus judicieux signifie, pour lui, de meilleures ventes » explique Salvatore Chessa, et d'ajouter : « L'objectif est de s'inscrire, avec le point de vente, dans une relation gagnant-gagnant. »

Imaginons, par exemple, qu'en raison d'une mauvaise mise en place en magasin, une rupture de stock se produise : c'est une perte sèche pour le fournisseur, bien sûr, mais aussi pour la grande surface, car le client qui ne trouve pas un produit précis aura tendance à aller voir ailleurs. En optimisant la rotation des stocks, Coheris Merch permet de gagner des parts de marché par rapport à la concurrence. Autre bénéfice constaté : les visites sont plus "productives". Alors qu'un commercial de Conserves France pouvait consacrer deux heures à élaborer des recommandations de placement de produits, aujourd'hui, une demi-heure suffit grâce au logiciel. « La solution Coheris Merch, permet à l'équipe commerciale d'avoir un rôle plus stratégique, d'être force de propositions et de recommandations auprès des centrales d'achats » indique le responsable.

Travailler la séduction

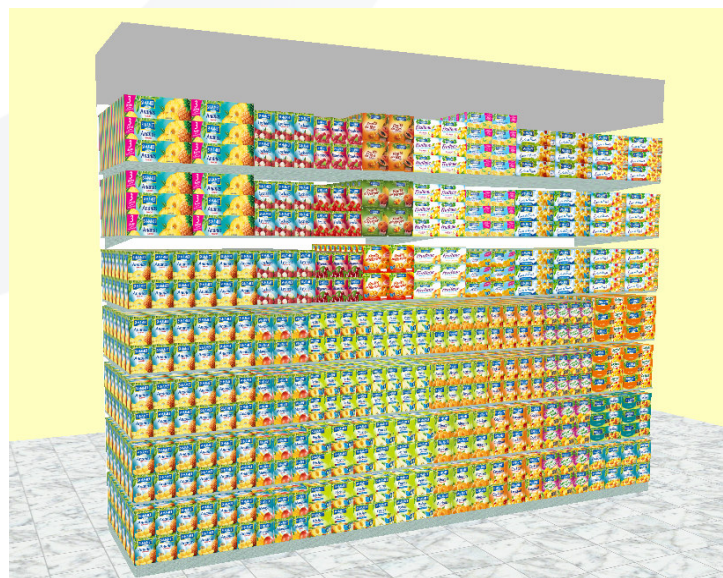
Cependant, pour Salvatore Chessa, l'autre atout de Coheris Merch est de prendre en compte le consommateur.

« En effet, la solution permet de choisir les familles que l'on souhaite mettre en avant à un instant T, c'est le cas par exemple de nos desserts de fruits. Ces produits individuels et nomades doivent être mis en valeur pour faciliter l'intérêt du consommateur et développer les achats impulsifs. Coheris Merch permet de travailler sur la famille de produits et de visualiser le linéaire en 3 dimensions tel que le consommateur le perçoit. »

Par sa stratégie, Conserves France a su augmenter la visibilité de ses produits en rayon grâce à un agencement optimal de l'espace et des assortiments. « Désormais, nous pouvons vendre nos préconisations auprès des responsables de rayon. Depuis que nous utilisons cette solution, notre progression a augmenté de manière significative sur nos produits » conclut Salvatore Chessa.

BÉNÉFICES

- GAIN DE PARTS DE MARCHÉ
- RAPIDITÉ ACCRUE DANS LES PRISES DE DÉCISION AVEC LES RESPONSABLES DE RAYON
- VISUALISATION DU LINÉAIRE EN 3 DIMENSIONS
- RÔLE PLUS STRATÉGIQUE DE L'ÉQUIPE COMMERCIALE



« Planogramme du rayon desserts de fruits »